

MAY 2023

BÁO CÁO

Hoạt động Truyền thông

VIBIZ.VN
Vietnam Business Monitor



media reports come
some data points
social media markers
and top-level
analysts and
the customers.

lighting strategy isn't enough—
consumers' online behavior and use
your data to drive revenue for
your business.

insights.
the numbers by including learnings or
the report. Strive to tell the story behind
relevant to the role of those receiving
While figures aren't bad per se, you do
to draw your audience in numbers.
insights have access to it's its



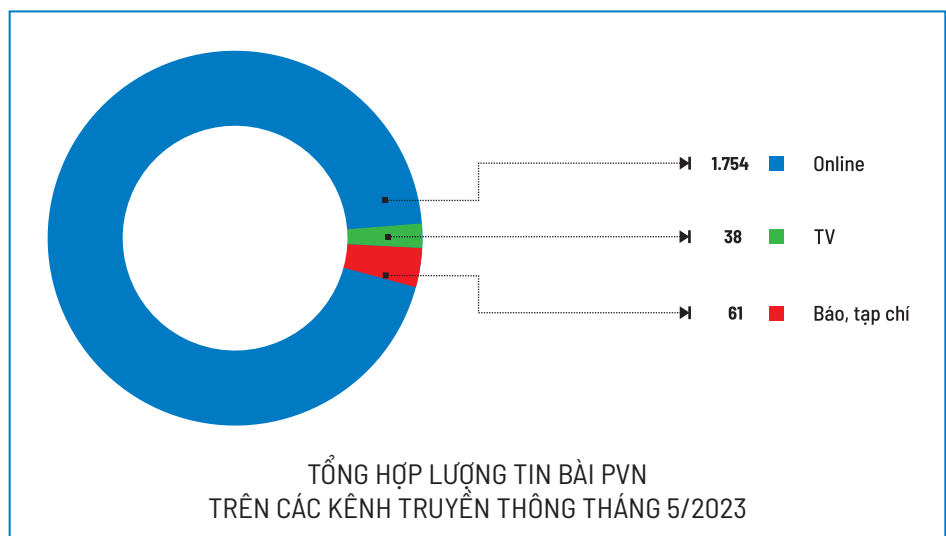
MỤC LỤC

I. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU PETROVIETNAM	1
I.1. Hoạt động truyền thông PVN	1
II. PHẢN ÁNH CỦA THỊ TRƯỜNG VỚI THÔNG TIN THƯƠNG HIỆU TRÊN INTERNET	2
III. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU CỦA MỘT SỐ ĐƠN VỊ CỦA PVN	3
III.1. Hoạt động truyền thông các đơn vị của PVN	3
III.2. Hoạt động truyền thông so sánh	4
III.2.1. Tìm kiếm thăm dò và khai thác	5
III.2.2. Ngành điện và năng lượng tái tạo	6
III.2.3. Công nghiệp khí	7
III.2.4. Chế biến dầu khí	8
III.2.5. Dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao	10
III.3. Top thông điệp tại các công ty	11
IV. ĐÁNH GIÁ CỦA CHUYÊN GIA VỀ NỘI DUNG VÀ HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG	12
IV.1. Tích cực	12
IV.2. Hạn chế	13
V. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU THEO MÔ HÌNH CỦA VIBIZ	14
V.1. Đánh giá giá trị truyền thông theo kênh truyền thông	14
V.2. Đánh giá giá trị truyền thông theo chuyên mục	15
V.2.1. Về tin chứng khoán	16
V.2.2. Về tin hoạt động cộng đồng	17
VI. THÔNG TIN BỔ SUNG CÁC THUẬT NGỮ	18

I THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU PETROVIETNAM

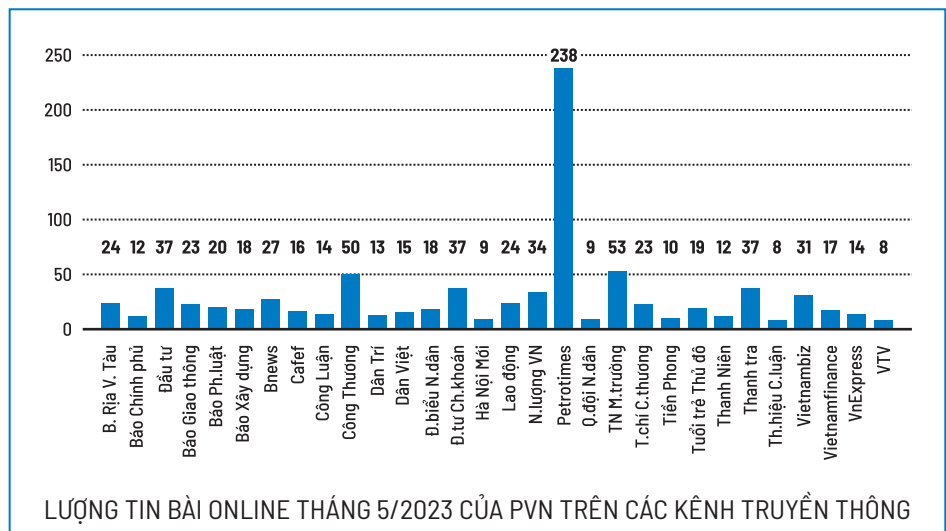
I.1. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG PVN

Tính đến hết ngày 31/5/2023, lượng tin bài liên quan đến Tập đoàn Dầu khí Việt Nam có tổng cộng 1.853 tin bài. Trong đó, lượng tin bài Online (1.754 tin bài) vẫn chiếm đa số so với TV (38 tin bài) và báo, tạp chí (61 tin bài), tương đương hơn 94% số lượng tin tức.



Online

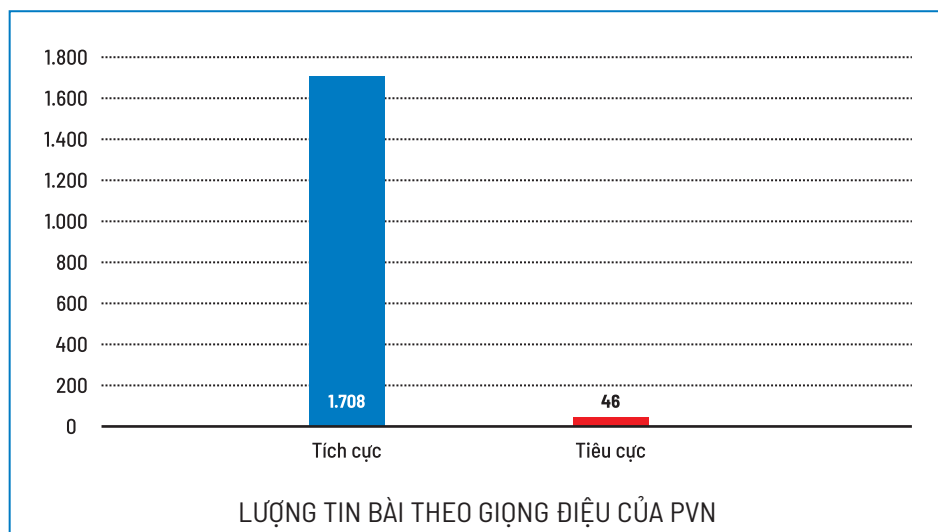
Lượng tin bài Online tháng 5 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam có tổng cộng 1.754 tin bài. Tin bài được đăng nhiều nhất trên các trang PetroTimes (238 tin), Tài nguyên Môi trường (53 tin), Công Thương (50 tin).



**PHẢN ÁNH CỦA THỊ TRƯỜNG
VỚI THÔNG TIN THƯƠNG HIỆU TRÊN INTERNET**

Trong tháng 5/2023, PVN có tổng cộng 1.754 tin bài online, trong đó bao gồm 1.708 tin tích cực và 46 tin tiêu cực.

Lượng tin bài tiêu cực tháng 5 đã giảm đi so với tháng trước. Tuy nhiên, Tập đoàn vẫn cần chú trọng hơn trong việc xử lý kịp thời, hạn chế tác động tâm lý, ảnh hưởng xấu từ những thông tin tiêu cực, trái chiều về ngành.



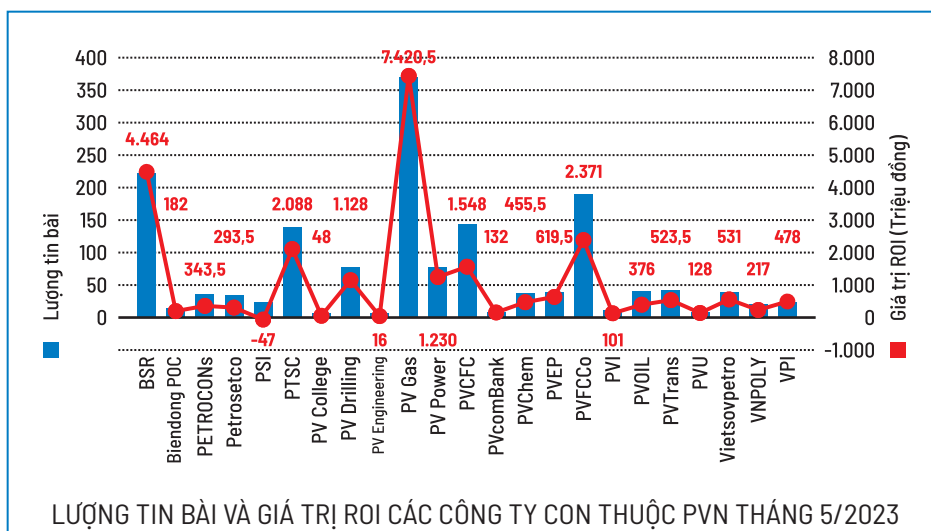
III

**THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU
CỦA MỘT SỐ ĐƠN VỊ CỦA PVN**

III.1. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CÁC ĐƠN VỊ CỦA PVN

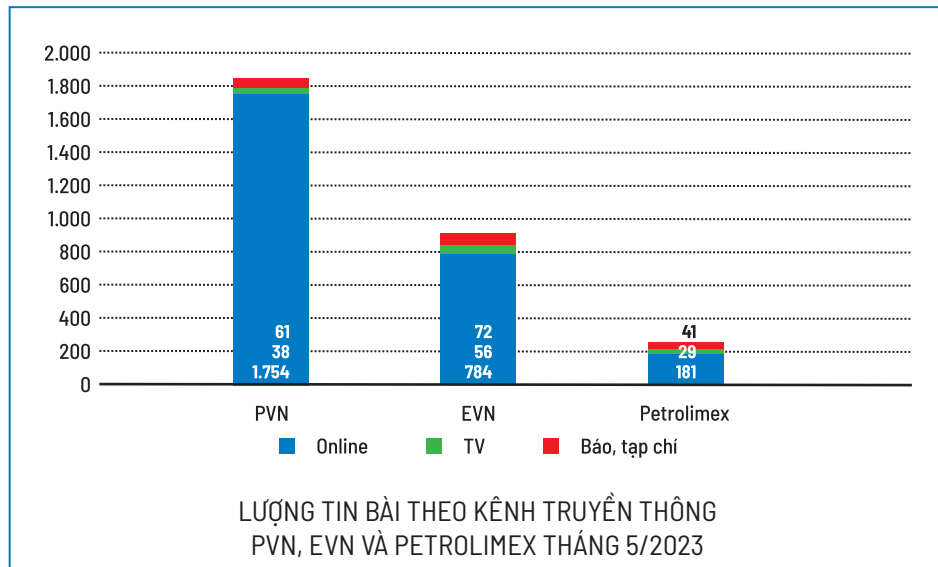
Trong số các công ty con trong Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN), Tổng Công ty Khí Việt Nam (PV GAS) là đơn vị có lượng tin bài nhiều nhất (371 tin bài), tiếp đến là Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn (BSR) với 220 tin bài và đứng vị trí thứ ba là Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí (PVFCCo) với số lượng là 154 tin bài.

Giá trị ROI của PV GAS cao nhất đạt 7,420 tỷ đồng, tiếp theo sau là BSR đạt 4,464 tỷ đồng rồi đến PVFCCo đạt 2,371 tỷ đồng.



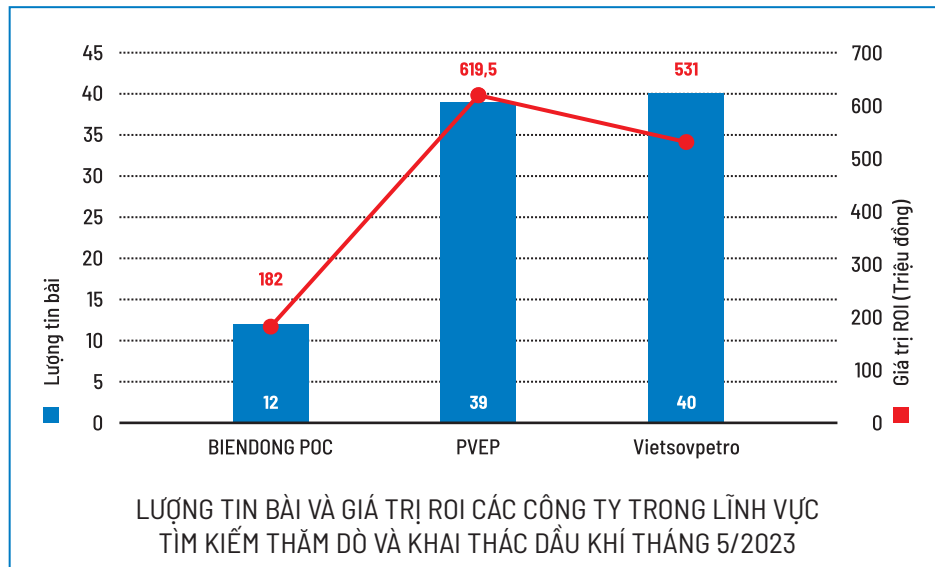
III.2. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG SO SÁNH

Trong tháng 5/2023, PVN có lượng tin bài nhiều nhất với 1.853 tin. Đứng thứ hai là EVN với 912 tin, cuối cùng là Petrolimex với 251 tin. Cả 3 đơn vị đều có lượng tin bài xuất hiện trên tất cả các phương tiện truyền thông (Báo, tạp chí, TV, online). Tuy nhiên lượng tin bài chủ yếu là trên kênh Online.



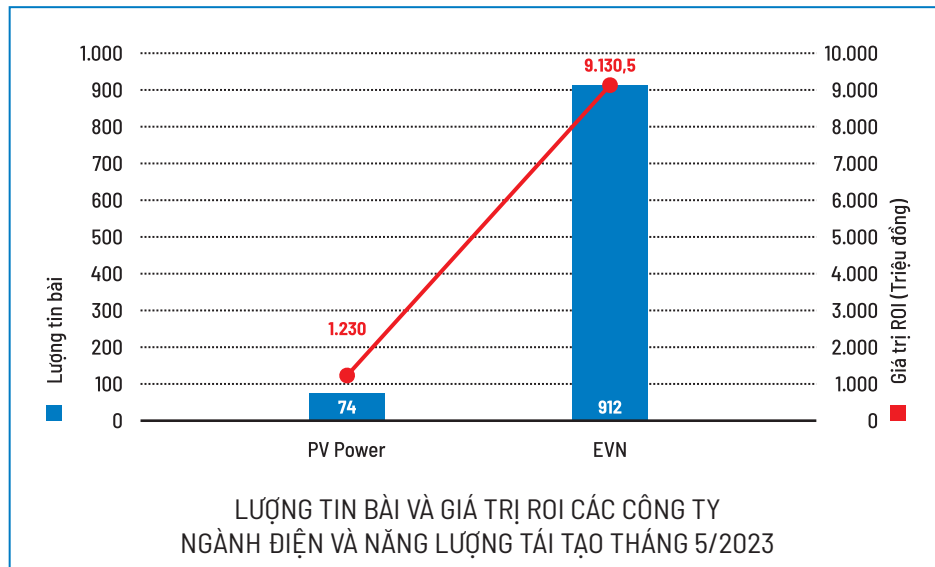
III.2.1. Tìm kiếm thăm dò và khai thác

Trong lĩnh vực tìm kiếm thăm dò và khai thác, PVEP là đơn vị có hoạt động truyền thông tích cực nhất với 39 lượt tin bài đạt giá trị ROI là 619,5 triệu đồng. Đứng thứ hai là Vietsovpetro (40 tin bài) đạt giá trị ROI là 531 triệu đồng và cuối cùng là BIENDONG POC (12 tin bài) đạt giá trị ROI là 182 triệu đồng.



III.2.2. Ngành điện và năng lượng tái tạo

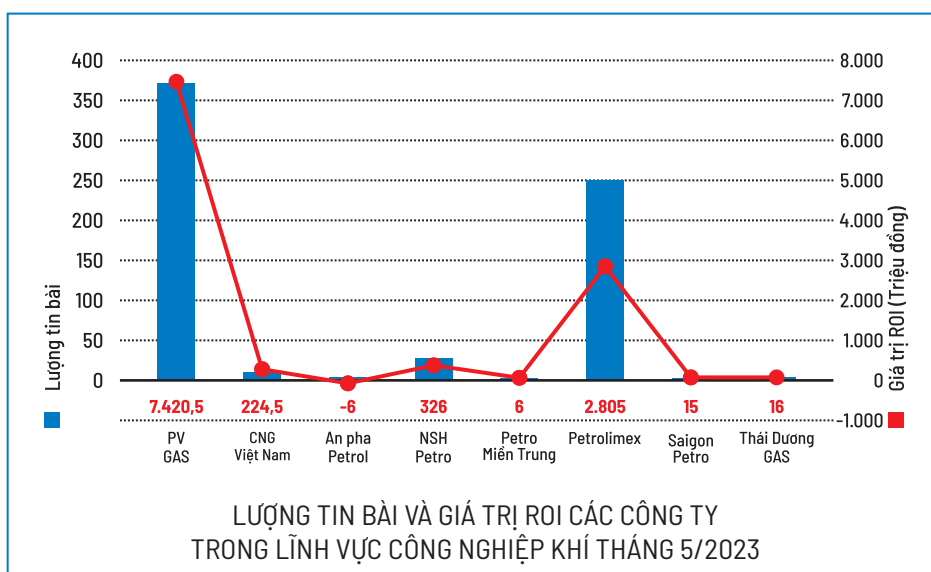
Trong ngành điện và năng lượng tái tạo, Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) có hoạt động truyền thông khá mạnh với tổng 912 tin bài, Tổng Công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam (PV Power) có 74 tin bài. Giá trị truyền thông của EVN khá cao với mức giá trị ROI đạt 9130,5 triệu đồng, cao hơn hẳn PV Power với mức giá trị ROI là 1.230 triệu đồng.



III.2.3. Công nghiệp khí

Trong lĩnh vực công nghiệp khí lượng tin bài của PV GAS là cao nhất (371 tin), đứng thứ hai là Petrolimex (251 tin). Các công ty còn lại có lượng tin bài ít hơn đáng kể như NSH Petro (29 tin), CNG Việt Nam (11 tin), Anpha Petrol (3 tin), Thái Dương Gas (2 tin),...

PV GAS là đơn vị có giá trị truyền thông cao nhất với ROI đạt 7.420,5 triệu đồng. Đứng thứ hai là Petrolimex với giá trị ROI đạt 2.805 triệu đồng. NSH Petro đứng thứ ba với giá trị ROI đạt 326 triệu đồng.



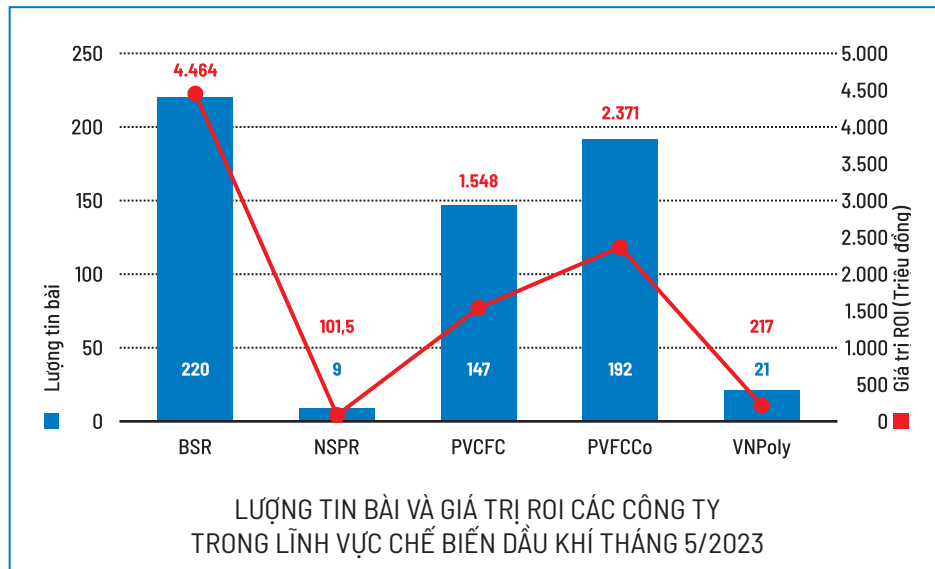
Trong tháng 5, tin bài của Petrolimex nổi bật với tin bài về tình hình tài chính Petrolimex lãi ròng tăng 155% trong quý I/2023 và Petrolimex Aviation chính thức cung cấp nhiên liệu hàng không Jet A-1 tại Cảng Hàng không Cà Mau. Bên cạnh đó, Petrolimex còn tổ chức hàng loạt các hoạt động ý nghĩa như “Ngày Chủ nhật xanh” lần thứ II năm 2023; Petrolimex ủng hộ 1 tỷ đồng xây nhà đại đoàn kết tại tỉnh Điện Biên; Tổng Công ty Cổ phần Bảo hiểm Petrolimex tài trợ xây dựng trường Mầm non Thanh Xuân tại xã Phú Xuân, huyện Quan Hóa, tỉnh Thanh Hóa, thông qua đó giúp thương hiệu Petrolimex được lan tỏa mạnh mẽ tới cộng đồng.

Tin bài tháng 5 của PV GAS có sự đa dạng về thể loại tin bài, trong đó nổi bật là các tin bài PV GAS nằm trong top 10 doanh nghiệp sở hữu lượng tiền nhiều nhất sàn chứng khoán; PV GAS LPG hướng tới mục tiêu trở thành đơn vị kinh doanh bán lẻ LPG hàng đầu Việt Nam; PV GAS ký hợp đồng nhập khẩu chuyến LNG đầu tiên đến Việt Nam thu hút nhiều trang báo chí đưa tin đem lại hiệu quả truyền thông cao cho đơn vị.

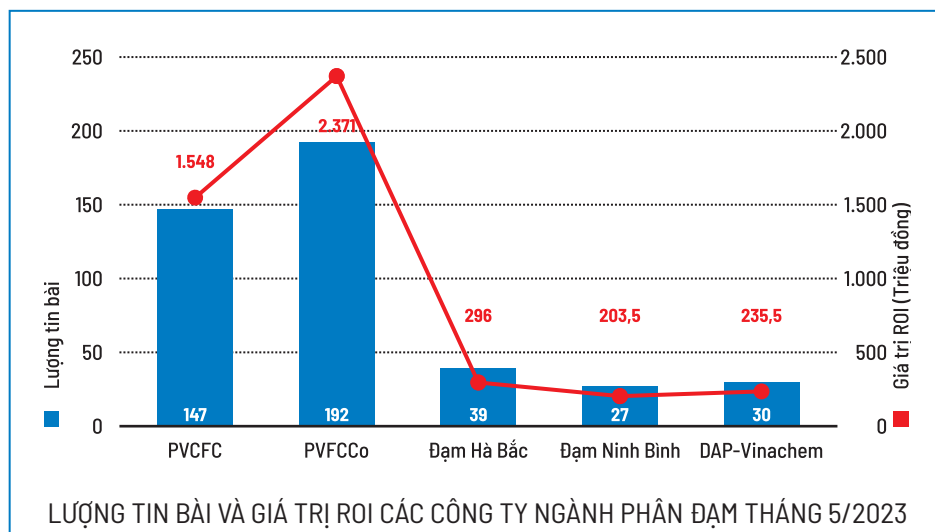
Bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, PV GAS còn chủ động phối hợp cùng các đơn vị, địa phương tổ chức, hoàn thành nhiều hoạt động an sinh xã hội, cộng đồng có ý nghĩa, thiết thực. Điển hình một số hoạt động nổi bật như PV GAS trao tặng nhà tình bạn tại thị trấn Nhà Bè; PV GAS tài trợ xây dựng Cầu Lung Sậy tại Cà Mau; Công ty Dịch Vụ Khí: Đem yêu thương đến trẻ em khuyết tật tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu,...

III.2.4. Chế biến dầu khí

Đối với lĩnh vực chế biến dầu khí, BSR là đơn vị có hoạt động truyền thông tích cực nhất với 220 tin bài đạt giá trị ROI là 464 triệu đồng. Đứng thứ hai là PVFCCo (192 tin bài) đạt giá trị ROI là 2.371 triệu đồng và tiếp đến là PVCFC (147 tin bài) đạt giá trị ROI là 1.548 triệu đồng.



Trong lĩnh vực chế biến dầu khí, khi so sánh các đơn vị trong ngành phân đạm, PVFCCo có hoạt động truyền thông nổi trội bậc nhất với giá trị ROI đạt 2.371 triệu đồng. Đứng thứ hai là PVCFC đạt giá trị ROI là 1.548 triệu đồng. Đứng thứ ba là Đạm Hà Bắc với giá trị ROI đạt 296 triệu đồng.



Sau một năm 2022 bội thu với lợi nhuận cao kỷ lục, các doanh nghiệp phân bón đang phải đối mặt với nhiều thách thức khi giá phân bón sụt giảm do nhu cầu giảm đi trong mùa thấp điểm và nguồn cung phân bón từ Trung Quốc, Nga đang hồi phục. Ngoài ra, sản lượng phân bón xuất khẩu trong quý I đã giảm 21% so với cùng kỳ xuống chỉ còn hơn 400.000 tấn.

Điều này dẫn tới, biên lợi nhuận các doanh nghiệp sản xuất phân bón trong nước ngày càng thu hẹp. Do đó, hàng loạt các doanh nghiệp phân bón như PVFCCo, PVCFC, DAP – VINACHEM,... đều công bố báo cáo tài chính quý I năm 2023 với doanh thu và lợi nhuận giảm so với cùng kỳ gây ra ảnh hưởng không tốt đối với hoạt động truyền thông của các đơn vị. Thậm chí, Đạm Hà Bắc vừa trải qua một quý kinh doanh “đáng quên” khi báo lỗ 129 tỷ đồng trong khi cùng kỳ năm trước lãi lớn 868 tỷ đồng, đánh dấu quý lỗ đầu tiên sau chuỗi 6 quý có lãi trở lại.

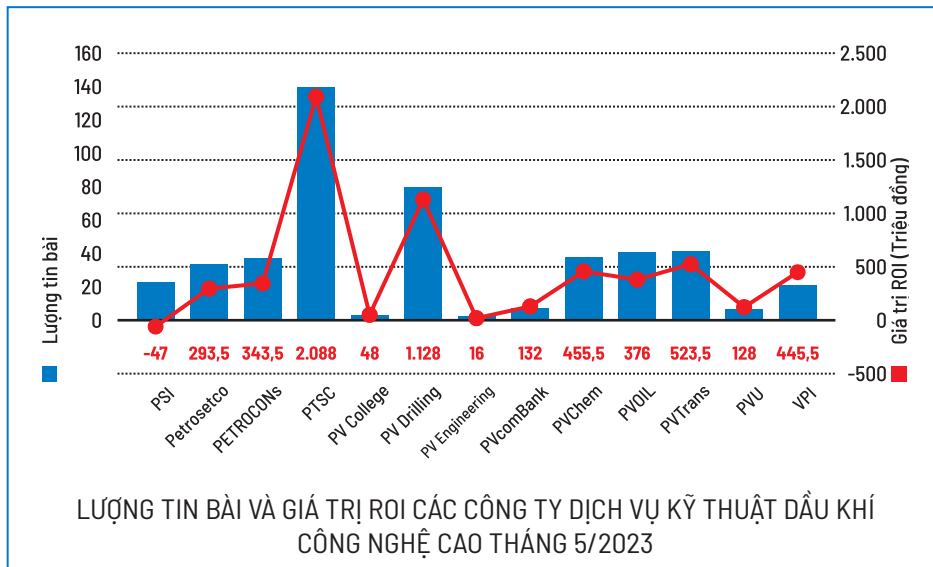
Trong hoàn cảnh khó khăn chung đó, PVFCCo đã biến thách thức thành cơ hội, phát huy tốt lợi thế và nắm bắt được thời cơ của thị trường, từ đó đạt được kết quả nổi bật chưa từng có tiền lệ. PVFCCo đã được vinh danh trong “Bảng xếp hạng Top 50 công ty đại chúng uy tín và hiệu quả” năm 2023 với vị trí thứ 2. Tin bài được đăng tải trên nhiều trang báo chí lớn, một lần nữa khẳng định PVFCCo giữ vững vị thế thương hiệu hàng đầu của mình.

Bên cạnh đó, PVFCCo còn có hàng loạt các tin bài nổi bật khác như Nhà máy Đạm Phú Mỹ hoạt động ổn định, sẵn sàng cung ứng hàng cho vụ Hè Thu; Sử dụng phân bón NPK Phú Mỹ cho cánh đồng mẫu lớn đạt năng suất cao; Phân bón Phú Mỹ đồng hành cùng Lễ hội xoài Đồng Tháp 2023; Hội thao Nhà máy Đạm Phú Mỹ năm 2023,... thu hút được đông đảo khán giả quan tâm đem lại hiệu quả truyền thông vô cùng tốt cho đơn vị.

Trong tháng 5, tin bài của PVCFC nổi bật với các hoạt động như Công đoàn Phân bón Cà Mau vinh dự nhận khen thưởng cấp nhà nước năm 2023; PVCFC tổ chức hội thảo “Giải pháp dinh dưỡng cho cây lúa chương trình nông dân trải nghiệm NPK Cà Mau công nghệ polyphosphat”; PVCFC tiếp tục đầu tư cho nghiên cứu và tạo ra những sản phẩm ứng dụng cao; Phân bón Cà Mau trao 3 xe bán tải cho chủ nhân tại Tây Nguyên thông qua chương trình “Mùa vàng thắng lớn”,... được đăng tải trên nhiều trang báo chí uy tín, giúp thương hiệu PVCFC được lan tỏa mạnh mẽ đến với cộng đồng.

III.2.5. Dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao

Trong lĩnh vực dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao, PTSC là đơn vị có hoạt động truyền thông nổi bật nhất với 141 tin bài đạt giá trị ROI là 2.088 triệu đồng. Đứng thứ hai là PV Drilling với 81 tin bài đạt giá trị ROI là 1.128 triệu đồng. Tiếp sau đó là PVTrans với 42 tin bài đạt giá trị ROI là 523,5 triệu đồng.



III.3. TOP THÔNG ĐIỆP TẠI CÁC CÔNG TY

THÔNG ĐIỆP	Giọng điệu	BSR	PTSC	Petrosetco	PV Drilling	PV GAS	PVOIL	PVFCCo	PVCFC	PV Trans	PV Power	PV Chem	PETROCONS	PVEP	Vietsovpetro
Công ty chủ động trong hoạt động cộng đồng	+	35	4	0	6	48	0	1	1	2	2	1	0	9	11
Công ty tài trợ các chương trình từ thiện	+	7	1	0	1	15	0	0	0	2	0	0	0	5	6
Tin chứng khoán	+	9	53	1	19	31	4	4	2	14	25	18	6	1	0
	-	1	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Công ty có nền tảng tài chính ổn định	+	27	26	16	15	35	13	12	14	12	20	0	7	1	0
	-	1	0	4	0	0	0	7	3	0	1	0	2	0	0
Sản phẩm / dịch vụ của công ty có uy tín tốt trên thị trường	+	22	9	4	5	23	10	14	8	5	12	3	1	3	1
Sản phẩm / dịch vụ của công ty có chất lượng tốt	+	15	9	6	3	22	4	16	9	4	5	2	3	2	3
Công ty có quy trình làm việc chặt chẽ	+	17	12	2	3	18	8	9	5	4	13	0	1	0	2
Là công ty dẫn đầu trong lĩnh vực chuyên ngành	+	10	4	2	5	17	5	8	2	3	9	1	0	1	2
Công ty có tình hình kinh doanh phát triển	+	18	15	9	10	24	7	6	4	5	13	0	2	1	0

(+): Tích cực / (-): Tiêu cực

IV

**ĐÁNH GIÁ CỦA CHUYÊN GIA
VỀ NỘI DUNG VÀ HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG****IV.1. TÍCH CỰC**

Trong tháng 5/2023, Petrovietnam đã rất chủ động cung cấp thông tin/thông cáo báo chí tới các cơ quan báo chí, các phóng viên theo dõi ngành để các cơ quan báo chí có thể đăng tải thông tin nhanh chóng, kịp thời đối với các sự kiện quan trọng, các vấn đề dư luận xã hội quan tâm, đảm bảo thông tin của Tập đoàn và các đơn vị thành viên có tiếng nói chung trong tất cả các thông điệp được truyền tải tới công chúng.

Bên cạnh đó, công tác truyền thông của Petrovietnam cũng ngày càng đa dạng cách thức thể hiện. Ngoài các tin/bài/phóng sự/video clip, Tập đoàn còn triển khai các nội dung tọa đàm trực tuyến, phát trực tiếp trên các trang báo điện tử và các kênh Fanpage của các cơ quan báo chí, qua đó tạo sức lan tỏa mạnh mẽ cho thương hiệu.

Tập đoàn xác định văn hoá doanh nghiệp là lực lượng sản xuất trực tiếp, xác định văn hoá đi trước, định hướng tạo đà cho tái tạo kinh doanh, thúc đẩy, hỗ trợ cho sản xuất kinh doanh hiệu quả, bền vững; nâng cao vị thế và uy tín cho tập đoàn. Do đó, Petrovietnam đã đẩy mạnh công tác truyền thông về xây dựng văn hóa doanh nghiệp với nhiều hình thức phong phú, triển khai linh hoạt như Tổ chức thi tìm hiểu, lễ mit tinh kỷ niệm, hội thảo, tọa đàm, đối thoại với người lao động, gặp mặt truyền thống, về nguồn, lễ hội truyền thống, tuần lễ văn hóa Dầu khí, các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể dục, thể thao, hội trại,...

Một số chương trình điển hình có thể kể đến như Công đoàn Dầu khí Việt Nam phát động phong trào Tháng Công nhân năm 2023 “Kết nối công nhân, xây dựng tổ chức”; Petrovietnam tổ chức cuộc thi “Thực hành hiệu quả cùng 7 thói quen”; Petrovietnam thăm cán bộ chiến sĩ, người dân tại huyện đảo Trường Sa và Nhà giàn DK1/20; Ngày hội Hiến máu tình nguyện 2023 của PTSC - “Nhiệt huyết người dầu khí”; PVCChem tham gia leo núi, làm sạch môi trường “Vì một thế giới xanh, sạch, đẹp”; Giải bóng đá PV GAS LPG miền Nam 2023 và PVEP Cup 2023 khu vực phía Bắc; Cuộc thi “BSR’s Got Talent 2023”; PVCFC tổ chức tọa đàm với chủ đề “Làm thế nào để văn hóa doanh nghiệp phát huy hiệu quả trong công tác quản trị”,... Thông qua các hoạt động đó, truyền tải nét văn hóa truyền thống nghĩa tình của Petrovietnam, luôn là mái ấm gia đình của những người lao động Dầu khí. Từ đó, giúp cho giá trị thương hiệu của Petrovietnam ngày càng tăng cao, duy trì vị trí trong top thương hiệu giá trị nhất Việt Nam. Hình ảnh thương hiệu Petrovietnam để lại ấn tượng tốt đẹp với dư luận xã hội và các thế hệ người lao động Dầu khí.

Đặc biệt, với việc định hướng chiến lược xây dựng và phát triển thành Tập đoàn năng lượng hàng đầu đất nước và khu vực, Petrovietnam cũng đã đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền với chủ trương đặt khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo là trọng tâm ưu tiên trong chính sách phát triển; để khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo thực sự trở thành “đòn bẩy” để tạo ra sự bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh mới cho công ty mẹ và các đơn vị thành viên. Trong đó, nổi bật là các tin bài như BIENDONG POC và PV Drilling đạt Top doanh nghiệp Khoa học - Công nghệ và Đổi mới sáng tạo lần 2 năm 2023; VPI nghiên cứu, ứng dụng công nghệ nâng cao hệ số thu hồi dầu tại bể Cửu Long,... thu hút đông đảo lượng khán giả quan tâm đem lại hiệu quả truyền thông vô cùng tốt cho đơn vị.

Mặc dù chịu tác động lớn do giá các sản phẩm dầu khí đều suy giảm mạnh, Petrovietnam vẫn tiếp tục duy trì ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh, đạt kết quả tích cực góp phần nâng cao giá trị truyền thông cho thương hiệu Petrovietnam. Các tin bài nổi bật như: 4 tháng đầu năm, tổng doanh thu của PVN ước đạt 262,2 nghìn tỷ đồng vượt 21% kế hoạch, nộp ngân sách toàn tập đoàn (không bao gồm nhà máy Nghi Sơn-NSRP) ước đạt 36,6 nghìn tỷ đồng, vượt 16% kế hoạch; PVTrans đạt lợi nhuận trước thuế 300 tỷ đồng trong quý I/2023, tăng 25,6% so với cùng kỳ; PV Power đạt hơn 10.421 tỷ doanh thu sau 4 tháng; PV Drilling lãi 52,3 tỷ đồng trong quý I, hoàn thành hơn một nửa kế hoạch năm,...

Ngoài ra, thông qua các hoạt động an sinh xã hội ý nghĩa, tạo dấu ấn riêng biệt cũng góp phần lan tỏa hình ảnh thương hiệu của Petrovietnam đến với cộng đồng. Các hoạt động nổi bật như: PVN ủng hộ 2 tỷ đồng xây dựng nhà Đại đoàn kết cho hộ nghèo của tỉnh Điện Biên; PVN trao 8 chiếc "Xe đạp yêu thương" và 8 suất "Học bổng ước mơ mầm tài năng" cho học sinh Trường THPT Cao Bá Quát, TP. Hà Nội; PVEP thăm và tặng quà Mẹ Việt Nam anh hùng tại huyện Đan Phượng, TP. Hà Nội; VPI tri ân các anh hùng liệt sĩ, tặng quà các gia đình chính sách tại TP. Phú Quốc; Liên doanh Việt - Nga Vietsovetro trao 25 xe đạp cho học sinh khó khăn ở Côn Đảo; BSR tài trợ xây Trường Tiểu học xã Thanh Long, tỉnh Lạng Sơn và Trường Mầm non xã Việt Hòa, tỉnh Hưng Yên; PVTrans tài trợ gần 3 tỷ đồng xây các công trình tại Trường Tiểu học xã Triệu Thượng, tỉnh Quảng Trị,...

IV.2. HẠN CHẾ

Thứ nhất, lượng tin bài tiêu cực của Tập đoàn trong tháng 5 vẫn còn xuất hiện khá nhiều. Điển hình một số tin bài về việc Công ty Công nghiệp tàu thủy Dung Quất còn lỗ hơn 2.600 tỷ đồng; Công ty Cổ phần Chứng khoán Dầu khí bị phạt 85 triệu do vi phạm trong lĩnh vực chứng khoán; Hạn chế giao dịch đối với cổ phiếu PXC của Công ty Cổ phần Phát triển Đô thị Dầu khí; Petrosetco lỗ hơn 206 tỷ đồng đồng từ đầu tư chứng khoán; Người thân lãnh đạo PV Drilling bán "chui" cổ phiếu làm ảnh hưởng xấu đến hoạt động truyền thông của Tập đoàn.

Do đó, Petrovietnam cần duy trì rà soát, phát hiện sớm thông tin bất lợi, tác động xấu đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tập đoàn. Các đơn vị chủ động phối hợp với cả hệ thống xử lý khi có sự cố, khủng hoảng truyền thông, kiện toàn và nâng cao hiệu quả hoạt động nắm bắt tư tưởng của hệ thống dư luận xã hội để đưa ra các giải pháp phù hợp.

Thứ hai, Tập đoàn vẫn chưa phát huy hiệu quả tối đa trên kênh truyền thông mạng xã hội. Do đó, để tăng cường hoạt động truyền thông trên mạng xã hội, thu hút và "giữ chân" độc giả, Tập đoàn cần phải nâng cao hơn nữa chất lượng nội dung của tin tức, đa dạng cách thức truyền tải, bắt kịp xu thế xem/đọc của công chúng ngày nay đang có xu thế "nhanh hơn - nhiều hơn". Tập đoàn cần không ngừng nỗ lực đổi mới, sáng tạo để tạo ra những thông điệp truyền thông ngắn gọn, dễ nhớ, dễ hiểu, thiết thực và hấp dẫn đối với người xem trên các kênh Fanpage, Group, Youtube. Bên cạnh đó, Tập đoàn có thể thử nghiệm triển khai hoạt động truyền thông trên kênh Tiktok. Hiện nay, các video trên kênh Tiktok đã cho thấy được tính lan tỏa nhanh với số lượt xem rất lớn, hứa hẹn sẽ là một kênh truyền thông đem lại hiệu quả cao trong thời gian tới.

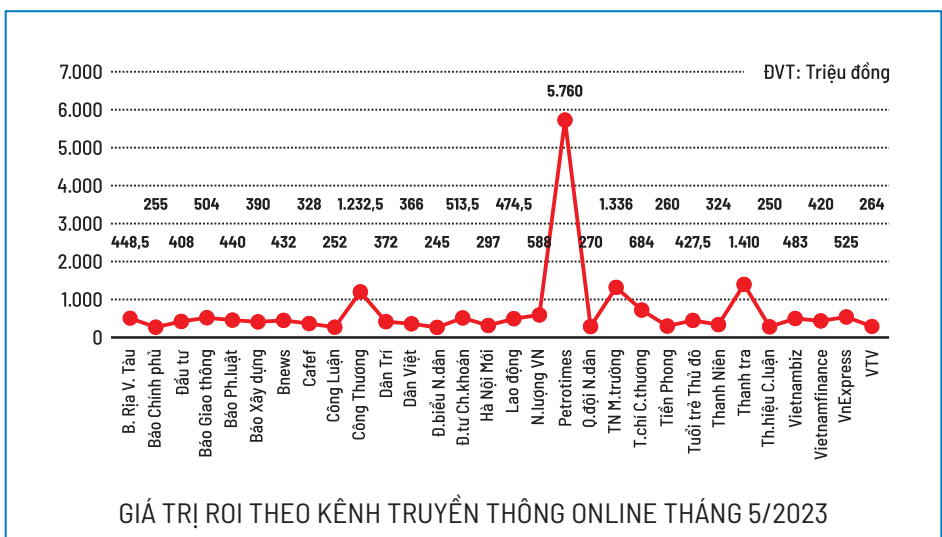
Thêm vào đó, bản thân những cán bộ công nhân viên làm công tác truyền thông ở Petrovietnam cũng phải không ngừng học tập, trau dồi kỹ năng, nghiệp vụ, đặc biệt là thường xuyên cập nhật những kiến thức, xu thế của truyền thông số; có nghiệp vụ, kỹ năng sản xuất sản phẩm nội dung số; nhanh chóng tiếp cận và sử dụng công nghệ hiện đại, nâng cao tính đa năng trong việc sử dụng các phương tiện, công cụ và kỹ năng để sản xuất các ấn phẩm truyền thông khác nhau.



ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU THEO MÔ HÌNH CỦA VIBIZ

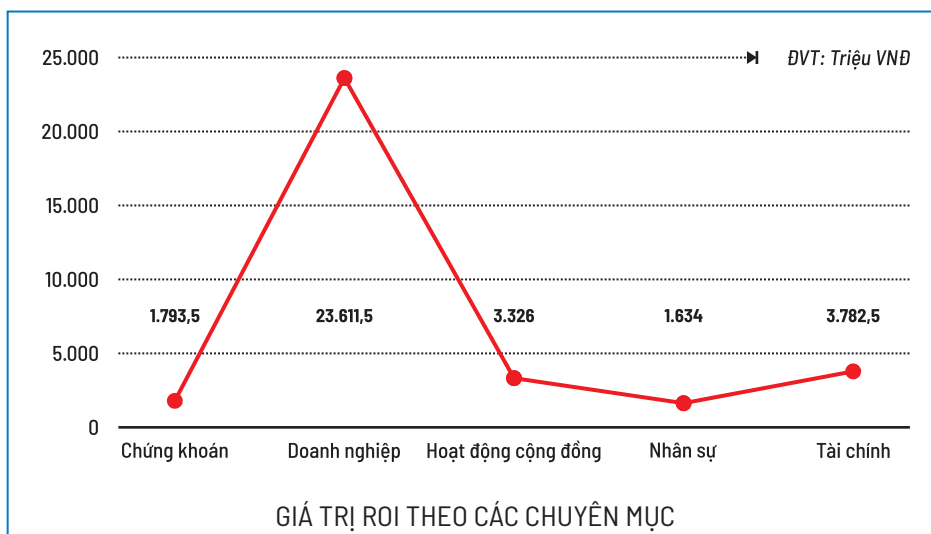
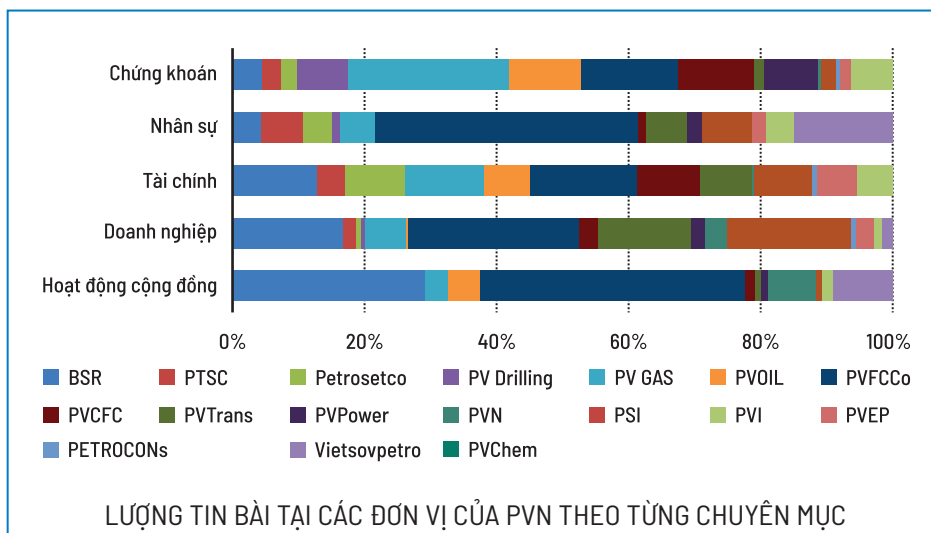
V.1. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THEO KÊNH TRUYỀN THÔNG

Trong tháng 5, lượng tin bài của PVN được phân bố đa dạng trên nhiều kênh truyền thông. Trong đó, trang PetroTimes là trang tin đạt được hiệu quả truyền thông theo kênh Online lớn nhất với giá trị ROI đạt 5.760 triệu đồng, tiếp đến là báo Thanh tra với giá trị ROI đạt 1.410 triệu đồng và báo Tài nguyên Môi trường đạt 1.336 triệu đồng.



V.2. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THEO CHUYÊN MỤC

Trong tháng 5, lượng tin bài về các đơn vị của PVN vẫn chủ yếu là tin tức về thông tin doanh nghiệp, tiếp đến là tin tức về tài chính, sau đó là hoạt động cộng đồng và chứng khoán.



V.2.1. Về tin chứng khoán

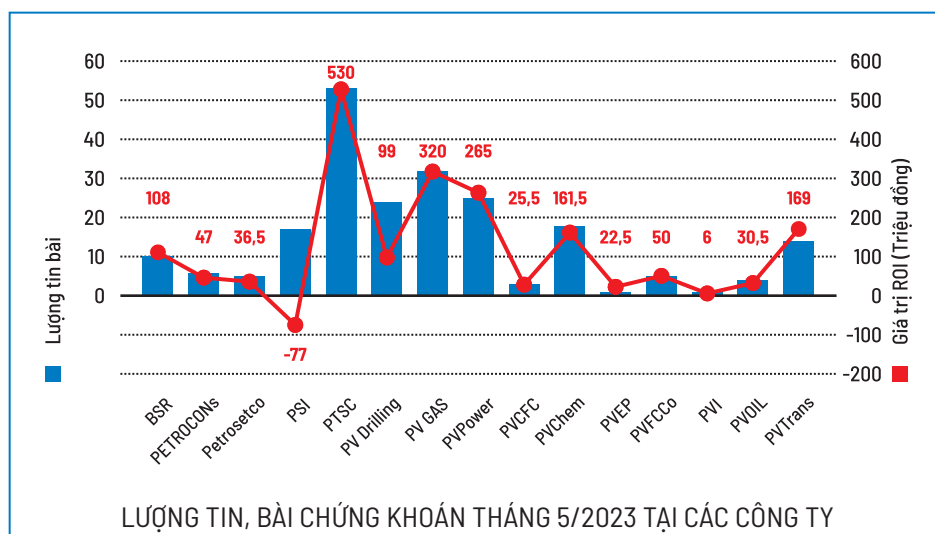
Trong tháng 5, cổ phiếu PVS của Tổng Công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam (PTSC) gây chú ý khi liên tục hút tiền mạnh cùng thanh khoản dồi dào. Cổ phiếu PVS đã tăng hơn 20% từ đầu tháng 5 qua đó leo lên mức 31.000 đồng/cổ phiếu vào ngày 31/5, cao nhất trong 11 tháng kể từ giữa tháng 6 năm ngoái.

PTSC được kỳ vọng sẽ đạt được nhiều dự án ngoài khơi quan trọng trong thời gian tới, đặc biệt là các hợp phần thượng nguồn của Lô B – Ô Môn, với tổng vốn đầu tư lên đến hơn 8 tỷ USD. Ngoài ra, PTSC cũng đang hướng tới phát triển điện gió ngoài khơi để nắm bắt quá trình chuyển đổi xanh quan trọng trong những thập kỷ tới. Công ty đã và đang hiện thực hóa mục tiêu này bằng việc ký MOU với các đối tác lớn từ Đan Mạch đến Singapore. Với những triển vọng trên, cổ phiếu PVS đã được đề cập trong 53 tin bài tích cực đạt giá trị truyền thông cao nhất với ROI là 530 triệu đồng.

Bên cạnh đó, quy hoạch điện VIII vừa được thông qua ngày 19/5 với định hướng các nguồn điện khí sẽ là mũi nhọn phát triển trong giai đoạn 2022 đến 2035. Nhờ vậy, rất nhiều cổ phiếu của các công ty ngành dầu khí liên quan cũng được đánh giá tích cực trong thời gian tới.

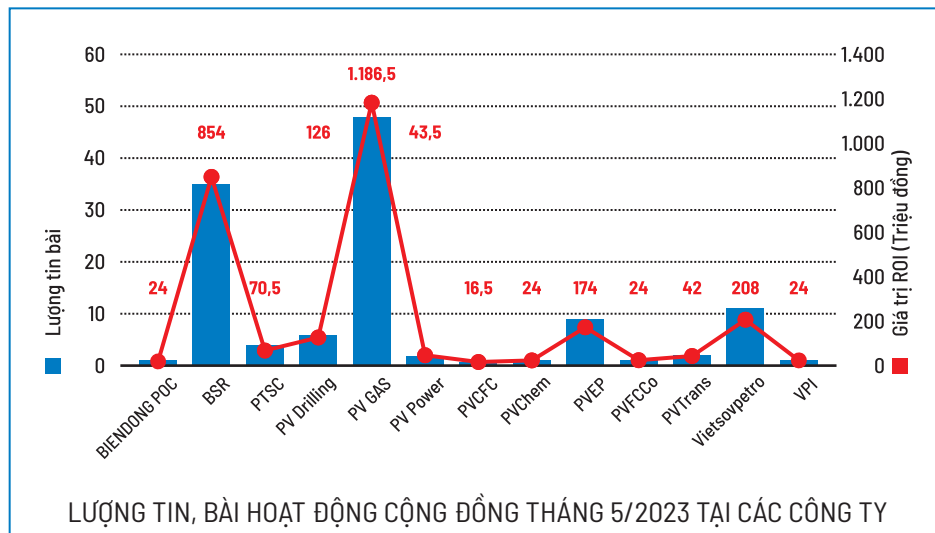
Cụ thể, Tổng Công ty Khí Việt Nam (PV GAS - Mã: GAS) sẽ là bên phân phối khí đầu vào cho các nhà máy nhiệt điện trong nước như Nhiệt điện Ô Môn I, II, III và IV; Nhà máy điện tuabin khí hỗn hợp (TBKHH) Dung Quất I, II, III; TBKHH Miền Trung I, II và TBKHH Quảng Trị cũng được đánh giá là hưởng lợi từ QHĐ VIII. Trong tháng 5, cổ phiếu GAS đã được đề cập với 31 tin bài tích cực, đạt hiệu quả truyền thông đứng thứ hai với giá trị ROI là 320 triệu đồng.

Đứng thứ ba là cổ phiếu POW của Tổng Công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam đạt giá trị ROI là 296 triệu đồng với 25 tin bài được đánh giá tích cực nhờ hưởng lợi từ dự án điện khí LNG Nhơn Trạch 3&4 đi tiên phong và dự án LNG Quảng Ninh.



V.2.2. Về tin hoạt động cộng đồng

Trong tháng 5, các tin tức về hoạt động cộng đồng chủ yếu là tin tức của PV GAS (48 tin) đạt giá trị ROI là 1.186,5 triệu đồng, tiếp đến là BSR (35 tin) đạt giá trị ROI 854 triệu đồng và Vietsovpetro (11 tin) đạt giá trị ROI là 208 triệu đồng.



VI

THÔNG TIN BỔ SUNG CÁC THUẬT NGỮ

Giá trị hiệu quả đầu tư (ROI):

Thể hiện hiệu quả đầu tư của bài viết hay giá trị PR đạt được. Thông số ROI tính toán một cách chi tiết các yếu tố tạo nên chất lượng và giá trị của bài viết. Do vậy, ROI là thông số có khả năng thể hiện tổng quan hiệu quả đầu tư của bài viết. Giá trị hiệu quả đầu tư được tính bằng đơn vị tiền mặt.

Điểm Giọng Điệu (hay mức độ ưu ái):

Thể hiện chất lượng của bài viết, mức độ nổi bật và tạo ấn tượng của thương hiệu trong bài, giọng điệu phóng viên dành cho công ty/thương hiệu. Thông số này có đơn vị là Điểm, một bài viết đạt điểm tối ưu là 500 điểm, trung bình là 100 điểm và thấp nhất là -500 điểm (bài viết có điểm tiêu cực là -5).

Không gian truyền thông:

Dùng để thay thế cho từ “tổng giao diện bài viết” trên kênh in ấn và “tổng thời lượng tin” trên kênh truyền hình. Không gian truyền thông không áp dụng cho tin bài trên kênh Online.


Lượng tin bài:

Số lượng tin đề cập tới công ty hoặc thương hiệu. Tin bài có thể đơn vị trực tiếp đi hoặc được đề cập qua các bài viết của phóng viên.

Giọng điệu:

Xác định tính tích cực hay tiêu cực của bài viết đối với thương hiệu. Giọng điệu có 6 mức: -5, -3, -1, 1, 3, 5.



 Pexels / Tiger Lily

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

THÁNG 5/2023